

## Aktualisasi Kemandirian dan Entrepreneur Melalui Program Bazar Santri

**Ita Yunita<sup>1\*</sup>, Ali Machrus<sup>2</sup>, M. Asif Nur Fauzi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>STEBI Syaikhona Khalil Sidogiri Pasuruan, Indonesia

[itayunit81@gmail.com](mailto:itayunit81@gmail.com)<sup>1</sup>, [alicrus@yahoo.com](mailto:alicrus@yahoo.com)<sup>2</sup>, [asif.elek24@gmail.com](mailto:asif.elek24@gmail.com)<sup>3</sup>

\*Correspondence

---

DOI: 10.38073/aljadwa.v4i1.1757

---

Received: July 2024 | Accepted: September 2024 | Published: September 2024

---

### Abstract

This research is motivated by the strategic potential of Islamic boarding schools regarding self-reliance, independence, and community participation, in the context of developing the people's economy, then the actualization of independence and entrepreneurial skills of students through the Tsanawiyah 4 Santri Bazaar Program at the Sidogiri Islamic Boarding School. This program is designed to provide practical experience in running a business, as well as developing an entrepreneurial spirit among students. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The results of the study show that this bazaar program has succeeded in developing the independence of students, which is shown through increased initiative, responsibility, and independent decision-making abilities. In addition, students also show increased entrepreneurial skills, including business management, marketing strategies, and financial management. Students learn to work in teams, overcome challenges, and innovate in attracting customers. The Tsanawiyah 4 Santri Bazaar Program not only contributes to the development of practical skills, but also builds the character of students who are creative, independent, and have an entrepreneurial spirit. Thus, this program can be used as a model for other Islamic boarding schools in integrating entrepreneurship education into their curriculum. Recommendations for further development include increasing the intensity of entrepreneurship training, providing adequate resources, and collaborating with the surrounding community to expand the impact of the program.

**Keywords:** *Santri Independence, Entrepreneurship, Santri Bazaar*

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi potensi strategis pondok pesantren tentang kewadayaan, kemandirian, dan partisipasi masyarakat, dalam konteks pengembangan ekonomi umat, maka aktualisasi kemandirian dan keterampilan Entrepreneurship santri melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 di Pondok Pesantren Sidogiri. Program ini dirancang untuk memberikan pengalaman praktis dalam menjalankan usaha, serta mengembangkan jiwa Entrepreneur di kalangan santri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program bazar ini berhasil mengembangkan kemandirian santri, yang ditunjukkan melalui peningkatan inisiatif, tanggung jawab, dan kemampuan pengambilan keputusan mandiri. Selain itu, santri juga memperlihatkan peningkatan keterampilan Entrepreneurship, termasuk manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Santri belajar untuk

bekerja dalam tim, mengatasi tantangan, dan berinovasi dalam menarik pelanggan. Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 tidak hanya berkontribusi pada pengembangan keterampilan praktis, tetapi juga membangun karakter santri yang kreatif, mandiri, dan berjiwa Entrepreneur. Dengan demikian, program ini dapat dijadikan model bagi pesantren lain dalam mengintegrasikan pendidikan Entrepreneurship dalam kurikulum mereka. Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut termasuk peningkatan intensitas pelatihan kewirausahaan, penyediaan sumber daya yang memadai, dan kolaborasi dengan masyarakat sekitar untuk memperluas dampak program.

**Kata Kunci:** *Kemandirian Santri, Entrepreneurship, Bazar Santri*

## PENDAHULUAN

Pesantren merupakan salah satu organisasi yang secara strategis berkontribusi terhadap munculnya wirausaha baru. pondok pesantren merupakan sekolah Islam bersama dan para pelajarnya disebut santri, dimana santri belajar sekaligus tinggal di asrama. Santri adalah bagian dari bangsa Indonesia yang dikenal sepanjang sejarah sebagai pejuang kemerdekaan yang setia bagi Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dewasa ini, lahir generasi santri baru yang dikenal sebagai santripreneur (orang yang alim dalam beragama, bermoral dalam berperilaku, bermental stabil, cakap dalam bisnis, dan berdedikasi dalam pekerjaan) yang lahir sebagai akibat tingginya semangat berbisnis dan maraknya gerakan kewirausahaan di kalangan santri dalam satu setengah dekade terakhir ini. Santripreneur ini telah melahirkan banyak karya dan produk dalam bisnis dan kewirausahaan yang berharga karena kecerdikan dan inovasi mereka serta kontribusi mereka kepada masyarakat dan keadaban.

Oleh karenanya pondok pesantren tidak hanya mendidik santri dalam bidang keagamaan akan tetapi pesantren juga mendidik para santri untuk terus berkembang dalam pengetahuan umum lain, salah satunya dalam bidang ekonomi. Sekarang santri tidak hanya ditekan memahami pendidikan keagamaan tetapi santri juga diajari ilmu ekonomi serta kewirausahaan agar menjadi santri preneur. Pesantren sangat berpotensi dan memiliki peran yang sangat penting dan nilai yang cukup strategis dan signifikan dalam memberikan sumbangsih bagi keswadayaan, kemandirian, dan partisipasi masyarakat, dalam konteks pengembangan ekonomi umat<sup>1</sup>.

Pesantren memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Selain keyakinan yang berlaku di kalangan individu tertentu bahwa pesantren semata-mata berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama, penting untuk mengakui bahwa pesantren memang dapat berfungsi sebagai katalis untuk pengembangan individu yang memiliki keahlian agama dan kecerdasan ekonomi<sup>2</sup>.

Maka dengan potensi jumlah santri tersebut terdapat fenomena gap yakni pesantren di Indonesia memiliki banyak harapan untuk perkembangan ekonomi. Namun, potensi yang dimiliki pesantren tidak terlalu diperhatikan oleh pemerintah atau pesantren

<sup>1</sup> Ahmad Damanhuri, Endin Mujahidin, and Didin Hafidhuddin, "Inovasi Pengelolaan Pesantren Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Globalisasi," *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2013): 17–37.

<sup>2</sup> Mochammad Burhanuddin Robbani and Wahyu Eko Pujianto, "Santripreneur: Menumbuhkan Embrio Pendidikan Wirausaha Berbasis Pesantren," *Journal of Science and Education Research* 2, no. 2 (2023): 12–19.

itu sendiri. Hal ini disebabkan persepsi pemerintah terhadap pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional kurang bernilai ekonomi strategis. Selain itu, pesantren sendiri membuat asumsi bahwa masalah ekonomi menjadiperhatian dunia luar dan tidak terlalu penting bagi pesantren, sehingga tidak diperlukan pertimbangan lebih lanjut<sup>3</sup>.

Banyak pesantren kini mulai mengajarkan dan membuat pelatihan keterampilan bagi para santrinya, padahal dulu banyak pesantren hanya berkonsentrasi pada pendidikan agama saja. Hasilnya, pelatihan ini akan menginspirasi dan mengembangkan kreativitas santri untuk berwirausaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian santri setelah mereka lulus dari pondok pesantren. Selain itu, komponen agama yang mengakar kuat di pondok pesantren akan membantu santri memahami bagaimana menjalankan usaha sesuai dengan perintah hukum agama. Hal inilah yang melatarbelakangi terciptanya santripreneur, dengan harapan setelah keluar dari pesantren, santri mampu membuka lapangan kerja untuk meningkatkan perekonomian mereka sendiri maupun masyarakat luas. Menurut pernyataan Gati Wibawaningsih, Dirjen IKMA menilai santripreneur akan mampu bertransformasi menjadi agen perubahan yang efektif dalam pembangunan negara dan masa depan perekonomian Indonesia.<sup>4</sup>

Maka dari itu menumbuhkan jiwa kewirausahaan santripreneur tidak dapat berkembang hanya melalui pengajaran akademis saja, tetapi juga membutuhkan pengalaman praktis dalam kewirausahaan. Jika para santri memiliki pengalaman, seperti pelatihan kewirausahaan dan pengalaman bekerja dengan pihak yang lebih berpengalaman. Adanya kesempatan dan modal berwirausaha akan lebih mudah karena bidang kewirausahaan membawa risiko kegagalan yang signifikan ketika awal pendiriannya dan tidak diketahui keuntungan serta kerugiannya, maka seorang wirausaha harus semangat dan pantang menyerah dalam melakukannya<sup>5</sup>.

Maka dari itu, pentingnya mengaktualisasikan Pendidikan entrepreneur yang diberikan kepada santri di pondok pesantren memberikan dampak yang cukup penting dalam kontribusinya di masyarakat dan pembangunan ekonomi. Hal ini sesuai dengan terbitnya undang-undang cipta kerja yang memberikan kesempatan dan peluang kepada Masyarakat untuk mampu menciptakan bidang pekerjaan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum dengan membuka lapangan kerja. Hal ini tentu memberikan pemahaman tentang Masyarakat tidak harus bergantung pada pekerjaan di perusahaan atau industry. Dengan adanya undang-undang tersebut tentu saja memberikan kesempatan kepada para santri untuk dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam berwirausaha. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang disampaikan Hanan (2019) bahwa,

*The concept of local wisdom in the development of santriprenuer equires two*

---

<sup>3</sup> Mohammad Nadzir, “Membangun Pemberdayaan Ekonomi Di Pesantren,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 37–56.

<sup>4</sup> Moch Shohib, “Society 5.0; Tuntutan Strategi Pendidikan Entrepreneurship Di Pesantren Melalui SOAR Analysis,” *Idarotuna: Journal of Administrative Science* 3, no. 2 (2022): 168–86.

<sup>5</sup> Aslihah Aslihah and M. Ainul Yaqin, “PENGEMBANGAN SANTRIPRENEUR DI PONDOK PESANTREN FATHUL ULUM JOMBANG,” *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)* 5, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i1.2122>.

*things first, referring to all natural-social potential in the pesantren environment, both the potential in the form of culture, self-creativity, and all other forms of social values that grow rooted in pesantren 's identity and culture; second, local wisdom requires the pattern of economic activity.<sup>6</sup>*

Salah satu pondok pesantren yang mengembangkan jiwa kewirausahaan pada santrinya yang cukup menonjol serta berbeda dengan pondok pesantren lainnya adalah pondok pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri.banat 1 syaikhona kholil memiliki opop (*one product one pesantren*) seperti koperasi santri, kantin santri, dan bazar santri yang berada di dalam naungan pondok pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri. paling unik di pondok pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri dengan pondok lain adalah jika dipondok pesantren lain produk dari santri untuk santri keuntungannya kembali ke pondok sedangkan di banat 1 produk dari santri untuk santri dan keuntungannya untuk santri.

Pondok pesantren banat 1 terdapat bazar santri yang dilakukan setiap jum'at,dan yang bertugas melaksanakan bazar adalah kelas 4 tsanawiyah, bazar di lakukan setelah pulang sekolah madrasah yakni semua kelas 4 langsung melakukan tugasnya masing masing dan setiap anak mempunyai grup yang berbeda sesuai dengan kemampuannya membuat jajanan yang akan dijual di bazar santri setiap jumat.

Pondok pesantren banat 1 sidogiri menanamkan jiwa kewirausahaan santriwati dimulai dari jenjang pendidikan *madrasah tsanawiyah* dengan dibekal jiwa kewirausahaan yang menghasilkan suatu yang bernilai misal piscok. Sedangkan unit-unit usaha memiliki tujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri dan hanya khusus untuk santri tertinggi di sidogiri yaitu kelas 4 tsanawiyah. Program pondok ini merupakan pengabdian atau proses terakhir untuk para santri sebelum mereka melaksanakan Haflatul Imtihan untuk acara kelulusan mereka ( Wisuda Tarbiyah Muallimat ).

Dengan adanya kegiatan bazar yang diselenggarakan tersebut diharapkan para santri untuk dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam menyediakan produk usahanya sesuai dengan kriteria yang disampaikan panitia penyelenggara. Maka dari itu penting kiranya kemandirian santri ini dapat di teliti secara mendalam dari aspek kemandirian yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini juga dapat disebut sebagai studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian kualitatif ini akan menghasilkan analisis mendalam terhadap ucapan, tulisan, dan/atau perilaku yang dapat diamati dari seseorang, kelompok, komunitas, atau organisasi tertentu dalam latar konteks tertentu yang ditelaah dari sudut pandang yang

---

<sup>6</sup> Abd Hannan, "Santripreneurship and Local Wisdom: Economic Creative of Pesantren Miftahul Ulum," *Shirkah: Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2019).

utuh, komprehensif, dan holistik. Dalam hal ini penulis akan mengumpulkan informasi langsung dari sumbernya yaitu Pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri, untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan santri dalam mencetak *santripreneur*. guna mengetahui lebih dalam tentang fenomena strategi yang diterapkan pesantren banat 1 untuk mengembangkan jiwa keiwrausahaan santri dalam mencetak *santripreneur*.

Subjek penelitian ini adalah santri kelas 4 tsanawiyah, orang tua, pengurus dan guru yang mengelola bazar santri. Intrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya daftar pertanyaan yang digunakan untuk pedoman wawancara, lembar checklist untuk observasi pada objek penelitian, dan validasi dokumen yang berkaitan dengan bazar santri. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara kepada subyek penelitian, dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah mengacu pada teori miles n huberman bahwa analisis data kualitatif dilakukan melalui 3 tahap yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. teknik pengumpulan data, hingga penarikan kesimpulan.<sup>7</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 Di Pondok Pesantren Sidogiri

Pondok Pesantren Sidogiri, salah satu pesantren tertua dan terbesar di Indonesia, selalu berupaya untuk mengembangkan potensi santri tidak hanya dalam bidang keagamaan tetapi juga dalam aspek kemandirian dan kewirausahaan. Salah satu inisiatif inovatif yang diluncurkan adalah Program Bazar Santri Tsanawiyah 4. Program ini bertujuan untuk membekali santri dengan keterampilan Entrepreneurship serta menanamkan nilai-nilai kemandirian sejak dini. Program Bazar Santri dimulai dengan pemahaman bahwa pesantren harus mempersiapkan santri untuk menghadapi tantangan kehidupan nyata setelah lulus. Dengan mengadakan bazar, pesantren ingin memberikan pengalaman praktis dalam berwirausaha yang melibatkan berbagai aspek seperti perencanaan bisnis, manajemen operasional, pemasaran, dan keuangan.

Perencanaan bisnis adalah proses yang melibatkan pengembangan strategi, tujuan, dan langkah-langkah konkret yang akan diambil untuk memulai dan mengelola suatu bisnis. Perencanaan ini mencakup berbagai aspek penting termasuk analisis pasar, identifikasi target pelanggan, perencanaan keuangan, strategi pemasaran, dan pengelolaan operasional<sup>8</sup>. Tujuan utama dari perencanaan bisnis adalah untuk memberikan panduan yang jelas bagi pengusaha atau perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, mengurangi risiko, dan meningkatkan peluang keberhasilan. Biasanya, hasil dari proses perencanaan bisnis ini dituangkan dalam sebuah dokumen yang disebut

<sup>7</sup> J Lexy Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi," 2013, 32–36.

<sup>8</sup> Chairil M Noor and Gartika Rahmasari, "Esensi Perencanaan Bisnis Yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2018).

"rencana bisnis" atau "*business plan*.<sup>9</sup> Menurut Pandapton Sitompul (2022) menyatakan bahwa keberadaan perencanaan usaha ini sangat penting untuk sebuah usaha karena tanpa adanya perencanaan yang matang dan baik, maka sulit bagi seorang pengusaha untuk mencapai sebuah kesuksesan.<sup>10</sup>

Perencanaan bisnis dalam program Bazar Santri Tsanawiyah 4 dilaksanakan setiap semester, biasanya menjelang liburan akhir semester. Kegiatan ini berlangsung selama satu minggu, di mana setiap kelas atau kelompok santri diberikan kesempatan untuk membuka stand bazar di area pesantren. Produk yang dijual bervariasi mulai dari makanan, minuman, pakaian, hingga kerajinan tangan yang dibuat oleh santri sendiri. Selama berlangsungnya bazar, suasana di Pondok Pesantren Sidogiri menjadi sangat dinamis. Santri terlihat antusias dalam mengelola stand mereka masing-masing. Mereka belajar untuk bekerja sama dalam tim, membagi tugas seperti juru masak, kasir, pemasaran, dan pengelola stok. Setiap kelompok berusaha menarik pelanggan sebanyak mungkin dengan berbagai strategi pemasaran kreatif, seperti memberikan diskon, membuat paket hemat sebagai daya tarik konsumen dalam kegiatan tersebut.

Modal usaha merupakan salah satu faktor paling krusial dalam kegiatan bisnis. Jika bisnis ingin berkembang, modal tambahan sering kali dibutuhkan untuk membuka cabang baru, meningkatkan kapasitas produksi, atau memperluas jangkauan pasar. Investasi dalam pengembangan ini dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Modal memungkinkan bisnis untuk cepat memanfaatkan peluang pasar, seperti memperkenalkan produk baru atau mengeksekusi strategi pemasaran yang efektif. Tanpa modal, bisnis mungkin melewatkannya kesempatan untuk tumbuh dan bersaing<sup>11</sup>.

Sesuai dengan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa modal merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting karena fondasi awal yang diperlukan untuk memulai usaha. Hal ini mencakup biaya untuk membeli peralatan, bahan baku, menyewa tempat, dan memenuhi kebutuhan operasional awal. Sesuai dengan penyelenggaran bazar santri di pondok pesantren Banat 1 Sidogiri Pasuruan yang menganggap permodalan bazar di pondok pesantren banat 1 berawal dari masing-masing kelompok dari seluruh anak kelas 4 tsanawiyah yang dimintai iuran untuk dijadikan modal awal berwirausaha. Dengan modal awal tersebut oleh santriwati dikelola dengan pengawasan dari pengasuh dan pengurus sehingga dapat berkembang sampai saat ini. Selain dari iuran santri, modal bazar juga berasal dari hasil mendaur ulang sampah (*ngerosok*), dan mengadakan diskonan baju setiap hari senin.

Dengan adanya Langkah strategis yang dilakukan santri bertujuan untuk optimalisasi pemasaran produk santri yang ditawarkan saat bazar diselenggarakan.

<sup>9</sup> Hugo Aries Suprapto, "Pengaruh Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Terhadap Kemampuan Berwirausaha Di SMK Bhakti Husada," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 5, no. 2 (2019): 19–23.

<sup>10</sup> Pandapton Sitompul, Miska Irani Tarigan, and Elvin Susanto Telaumbanua, "Perencanaan Bisnis Sebagai Kompas Bagi Wirausahawan Pemula," *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)* 5 (2022): 1–10.

<sup>11</sup> Abdul Aziz KM, Jajat S Ardiwinata, and Viena Rusmiati Hasanah, "STRATEGIES FOR DEVELOPMENT OF SANTRIPRENEUR EDUCATIONAL MANAGEMENT IN IMPROVING SELF-LIVING CAPACITY," *Jurnal Scientia* 12, no. 02 (2023): 1083–88.

Pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri mempunyai bazar santri yang berada di samping pondok. Bazar santri tersebut dikelola oleh santri dan bazar tersebut wajib dilakukan setiap jumat oleh kelas tertinggi yaitu kelas 4 tsanawiyah, jadi baik dari menjaga bazar, melayani pembeli, menjadi kasir, menghitung pendapatan maupun pengeluaran, dan bahkan membeli barang ketika persediaan barang habis (*kulakan*) semua dikerjakan oleh kelas 4 tsanawiyah. bazar santri setiap jumat disini hanya menjual berbagai makanan yang biasa santri buat dan bahannya hanya dari tepung dan telur. Alasan kenapa hanya terbuat dari tepug dan telur karena hanya makanan tersebut yang gampang diolah oleh kebanyakan santri. jajanan yang biasa dibuat di bazar wajib setiap jumat adalah: cireng, cilok, gabin, piscok, kriwil, lumpia dan nugget.

Sesuai dengan deskripsi di atas dapat dipahami bahwa prinsip yang digunakan oleh santi banat 1 adalah efisien dan efektif. Efisiensi yang diterapkan dalam program bazar adalah pada aspek biaya, waktu, dan tenaga. Sedangkan dari aspek efektif adalah kesesuaian dalam kategori jenis produk yang dipasarkan dalam penyelenggaraan Bazar santri disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Manajemen yang baik membantu dalam seleksi produk yang relevan dan menarik bagi target konsumen. Mengelola vendor dengan baik juga memastikan bahwa mereka menyediakan produk berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Diversifikasi produk yang ditawarkan juga bisa meningkatkan minat konsumen. Salah satu aspek penting dari manajemen adalah merancang strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. promosi yang dilakukan santri banat 1 dalam program bazar tersebut menggunakan poster, selebaran, atau kerja sama dengan komunitas lokal. Promosi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan bazar dan menarik lebih banyak pengunjung.

Kegiatan tersebut dilakukan secara bergilir dengan jadwal yang sudah ditentukan oleh pengurus. Setiap santri rata-rata mendapatkan jadwal jaga tiga kali dalam seminggu, Jadwal kegiatan bazar dibagi dalam 3 shift dan dibagi menjadi waktu siang dan malam yakni:

**Tabel 1 Jadwal Kegiatan Bazar**

No	Jadwal shift	Jam
1.	Shift Pertama siang: Malam:	Jam 11-2 siang Jam 10-12 malam
2.	Shift Kedua siang: Malam:	Jam 2-4 sore Jam 12-3 malam
3.	Shift ketiga siang: Malam:	Jam 3- 5 sore Jam 3-5 subuh

Selain ada bazar santri setiap jumat ada juga bazar besar setiap satu tahun satu kali, jika di bazar jumat hanya ada makanan ringan yang dijual lain lagi di bazar besar

bukan hanya makanan tapi juga ada boneka, berbagai macam aksesoris, pakaian pria wanita, produk skincare, dan masih banyak lagi. Bedanya bazar besar ini hanya ada setiap satu tahun sekali dan hanya berlangsung selama 3 hari 3 malam alasannya diadakan bazar besar agar untuk menyenangkan hati santri karena tidak bisa pulang kerumah masing masing.

Upaya tersebut dilakukan selain menyenangkan hati santri adalah mempersiapkan potensi diri santri banat 1 untuk mengembangkan bakat yang dimiliki untuk persiapan santri ketika lulus dari pesantren mampu dalam meningkatkan kemandiriannya baik sebelum menikah maupun sudah menikah untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi keluarganya melalui bakat yang sudah diasah melalui program bazar santri ini. Selain pengembangan bakat, santri banat 1 juga diharapkan mampu dalam membangun ketertarikan pengunjung bazar dalam pemasaran produk yang dipasarkan.

Pengunjung bazar tidak hanya berasal dari dalam lingkungan pesantren, tetapi juga dari masyarakat sekitar. Hal ini memberikan pengalaman nyata bagi santri dalam berinteraksi dengan pelanggan yang beragam, mengasah keterampilan komunikasi dan negosiasi mereka. Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 di Pondok Pesantren Sidogiri merupakan langkah konkret dalam mengaktualisasikan kemandirian dan keterampilan Entrepreneurship di kalangan santri. Melalui program ini, santri tidak hanya belajar teori tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis yang bermanfaat untuk masa depan mereka. Dengan dukungan yang terus berlanjut dan perbaikan yang berkelanjutan, program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pesantren lainnya dalam mengembangkan pendidikan yang komprehensif dan relevan dengan kebutuhan zaman.

### **Aktualisasi Kemandirian melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 Di Pondok Pesantren Sidogiri**

Kemandirian adalah kemampuan seseorang untuk mengatur, mengelola, dan menjalani kehidupannya sendiri tanpa bergantung pada bantuan orang lain secara berlebihan. Kemandirian ini mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk pengambilan keputusan, pengelolaan emosi, keterampilan hidup, dan tanggung jawab pribadi. Pondok pesantren merupakan salah satu Lembaga Pendidikan yang mengaktualisasikan karakter mandiri kepada santri-santrinya baik dari aspek social, ekonomi, dan adab<sup>12</sup>. pernyataan ini sesuai dengan sebuah pendidikan yang berlandaskan keislaman menjadi wahana untuk mengembangkan pikiran, menata kepribadian, menumbuh kembangkan spiritualitas dan emosional. Untuk mencapai hal tersebut membutuhkan kelengkapan dalam setiap komponen pendidikan salah satunya adalah kepengurusan.<sup>13</sup>

Aktualisasi kemandirian melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 di Pondok Pesantren Sidogiri menunjukkan bahwa pendidikan yang berorientasi pada praktik nyata dapat menghasilkan dampak yang signifikan. Santri tidak hanya belajar untuk mandiri

<sup>12</sup> Ahzab Marzuqi, "Internalisasi Pendidikan Karakter Di Madrasah Diniyah Takmiliyah," *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 7, no. 1 (2022): 61–76.

<sup>13</sup> Rudini Rudini, "Aktualisasi Nilai-Nilai Islam Dalam Pembentukan Karakter Mahasiswa Di Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta," *Tarbawy: Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2020): 47–60.

tetapi juga mengembangkan keterampilan wirausaha yang penting. Program ini, dengan segala keberhasilannya, diharapkan dapat menjadi model bagi pesantren-pesantren lain untuk mengintegrasikan pendidikan kemandirian dan kewirausahaan dalam kurikulum mereka. sebagai salah satu pesantren yang telah lama dikenal karena komitmennya dalam mendidik santri menjadi individu yang tidak hanya paham agama tetapi juga mandiri. Salah satu inisiatif yang menonjol dalam upaya ini adalah Program Bazar Santri Tsanawiyah 4. Program ini dirancang untuk mengaktualisasikan kemandirian santri melalui pengalaman langsung dalam dunia wirausaha. Perancangan aktualisasi kemandirian berwirausaha ini merupakan konsep pembangunan karakter entrepreneur santri di pondok pesantren Assholach Kajeron Pasuruan dibangun melalui beberapa tahap yaitu pengembangan kurikulum terintegrasi, ekstrakurikuler, dan Seminar (Pelatihan dan Pendampingan) <sup>14</sup>.

Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada santri kelas Tsanawiyah untuk mengembangkan keterampilan praktis yang mendukung kemandirian mereka. Konsepnya adalah menyediakan sebuah platform di mana santri dapat belajar dan menerapkan keterampilan wirausaha dengan mengelola stand bazar secara mandiri. Melalui program ini, pesantren berharap dapat membentuk karakter santri yang kreatif, inisiatif, dan bertanggung jawab. Program bazar dilaksanakan setiap akhir semester kalender pondok pesantren, berlangsung selama satu minggu penuh di area pesantren. Setiap kelas atau kelompok santri diberikan stand untuk menjual produk yang mereka buat atau pilih sendiri. Produk yang ditawarkan sangat beragam, termasuk makanan dan minuman, pakaian, aksesoris, dan kerajinan tangan.

Selama bazar berlangsung, santri menghadapi tantangan nyata dalam menjalankan usaha mereka. Mereka harus mengatur segala sesuatunya sendiri, mulai dari penyusunan rencana bisnis, pengadaan bahan baku, penataan stand, hingga pelayanan kepada pelanggan. Dalam proses ini, santri belajar untuk mengambil keputusan secara mandiri dan bertanggung jawab atas hasil yang mereka capai. Contoh konkret aktualisasi kemandirian terlihat dalam berbagai aspek kegiatan bazar. Misalnya, dalam manajemen waktu, santri harus mengatur jadwal antara kegiatan belajar dan mengelola stand. Mereka juga belajar berkomunikasi dengan pelanggan, menawarkan produk dengan cara yang menarik, dan menanggapi keluhan atau masukan dengan profesional.

Program bazar memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan kemandirian santri. Santri yang terlibat dalam program ini menunjukkan peningkatan dalam hal kepercayaan diri, inisiatif, dan kemampuan menyelesaikan masalah. Mereka belajar untuk bekerja dalam tim, berbagi tugas dan tanggung jawab, serta mengembangkan jiwa kepemimpinan. Selain itu, program ini juga memperkaya pengalaman praktis santri dalam berwirausaha. Mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoretis tetapi juga keterampilan praktis yang akan berguna dalam kehidupan sehari-hari dan masa depan. Santri yang berhasil dalam program ini merasa lebih siap

<sup>14</sup> Lailatus Sa'ida, Nikmatul Izzah, and M Asif nur Fauzi, "Membangun Karakter Entrepreneurship Santri Melalui Pengembangan Potensi Pondok Pesantren Assholah Kajeron," *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 1 (2022): 109–22.

untuk menghadapi tantangan kehidupan di luar pesantren, baik dalam konteks melanjutkan pendidikan maupun memasuki dunia kerja.

Program bazar ini merupakan model pengembangan entrepreneur pondok pesantren dalam membekali santrinya untuk masa mendatang. Strategi pengembangan tersebut diartikan sebagai pendidikan kewirausahaan mereka mendapat dorongan motivasi baik itu secara internal dan eksternal dan juga mengetahui bagaimana cara untuk mahir, pandai, dan terampilan, dalam menempuh pekerjaan yang akan dilaksanakan.<sup>15</sup> Strategi dalam mengembangkan usaha yang mampu mendatangkan keuntungan serta keberlanjutan usaha sehingga memberikan dampak terhadap peningkatan perekonomian pesantren khususnya dan masyarakat pada umumnya.<sup>16</sup>

Pengembangan yang diterapkan oleh pesantren banat 1 syaikhona kholil sidogiri melalui bazar di pondok pesantren sidogiri banat 1 sangatlah penting sekali karena keuntungan dari usaha bazar ini dapat meringankan biaya wisuda mereka akhir tahun nanti. Sesuai dengan pengembangan kemandirian melalui bazar santri ini merupakan Upaya strategis santri dalam meringankan biaya kelulusan santri secara Bersama-sama.

Evaluasi program dilakukan melalui survei kepuasan peserta dan pelanggan, serta diskusi reflektif antara santri, guru, dan pengurus pesantren. Berdasarkan hasil evaluasi, beberapa rekomendasi untuk perbaikan di masa depan termasuk peningkatan intensitas pelatihan kewirausahaan, penyediaan sumber daya yang lebih baik untuk mendukung kegiatan bazar, dan upaya untuk memperluas partisipasi masyarakat sekitar dalam program ini.

### **Aktualisasi Entrepreneur Santri melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 Di Pondok Pesantren Sidogiri**

Aktualisasi Entrepreneurship melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 di Pondok Pesantren Sidogiri menunjukkan bahwa pengalaman praktis dapat menghasilkan dampak yang signifikan. Santri tidak hanya belajar teori tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis yang penting untuk kehidupan mereka. Program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pesantren-pesantren lain dalam mengintegrasikan pendidikan Entrepreneurship dalam kurikulum mereka, sehingga dapat mencetak santri yang tidak hanya berpengetahuan agama tetapi juga siap menghadapi tantangan ekonomi masa depan dengan jiwa Entrepreneur yang tangguh. Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada santri dalam menjalankan usaha. Program ini bertujuan mengaktualisasikan keterampilan Entrepreneurship melalui kegiatan berjualan di bazar yang diadakan di lingkungan pesantren. Melalui program ini, pesantren ingin menanamkan semangat Entrepreneurship, kreativitas, dan inovasi dalam diri santri.

Aktualisasi tersebut sesuai dengan pernyataan Hastarini (2022) menyatakan bahwa program santripreneur yang dikembangkan pesantren menggugah santri menjadi

<sup>15</sup> Muhammad Anggung Manumanoso Prasetyo and Muhammad Al Qadri, "Kewirausahaan Pesantren: Faktor Pendorong Dan Analisis Motivasi Santri," *Didaktika: Jurnal Kependidikan* 12, no. 1 (2023): 43–56.

<sup>16</sup> Ega Rusanti et al., "MODEL PENGEMBANGAN EKONOMI BERBASIS PESANTREN," *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (n.d.): 43–54.

lebih memahami tentang arti pentingnya berwirausaha. Berwirausaha mampu untuk menjadikan santri lebih mandiri. Muncul banyak ide dari para santri untuk berwirausaha sesuai dengan minat dan bakatnya<sup>17</sup>. Aktualisasi tersebut selaras dengan program pemerintah yaitu *one product one pesantren* merupakan inisiatif yang bertujuan untuk mendorong pesantren di Indonesia agar memiliki dan mengembangkan satu produk unggulan yang khas. Selain memberdayakan pesantren, OPOP juga berperan dalam pemberdayaan masyarakat di sekitar pesantren. Masyarakat dapat terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk, sehingga mereka juga mendapatkan manfaat ekonomi dari program ini<sup>18</sup>.

Selama bazar berlangsung, santri mengelola stand mereka sendiri. Mereka bertanggung jawab untuk segala aspek bisnis, mulai dari penyediaan produk, penataan stand, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan. Santri belajar bagaimana menarik perhatian pelanggan, menawarkan produk dengan cara yang menarik, dan menjaga kualitas pelayanan. Santri juga belajar untuk berinovasi dalam menghadapi persaingan. Santri mengembangkan strategi pemasaran kreatif seperti memberikan diskon, mengadakan promosi, dan memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan. Pengembangan media promosi dalam pemasaran produk menjadi salah satu elemen dalam bauran pemasaran dalam sebuah bisnis<sup>19</sup>. Pengalaman ini memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan teori Entrepreneurship yang telah dipelajari.

Program Bazar Santri memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan keterampilan Entrepreneurship santri. Santri yang terlibat dalam program ini menunjukkan peningkatan dalam hal kreativitas, inisiatif, dan kemampuan berpikir kritis. Mereka juga mengembangkan keterampilan praktis seperti manajemen waktu, pengelolaan keuangan, dan teknik pemasaran. Melalui program ini, santri belajar untuk bekerja dalam tim, berbagi tanggung jawab, dan mengembangkan jiwa kepemimpinan. Mereka juga belajar untuk menghadapi tantangan dan mencari solusi kreatif untuk masalah yang mereka hadapi selama menjalankan bisnis. Pengalaman ini membekali mereka dengan keterampilan yang akan berguna dalam kehidupan sehari-hari dan masa depan mereka.

## KESIMPULAN

Aktualisasi Entrepreneurship melalui Program Bazar Santri Tsanawiyah 4 di Pondok Pesantren Sidogiri telah membuktikan bahwa pendekatan praktis dalam pendidikan dapat menghasilkan dampak yang signifikan. Santri tidak hanya memperoleh

<sup>17</sup> Hastarini Dwi Atmanti et al., “Santripreneur: Menyiapkan Lulusan Pesantren Yang Berjiwa Entrepreneurship Di Pondok Kyai Gading Kabupaten Demak,” *Jurnal Pengabdian Aceh* 2, no. 2 (2022): 117–22.

<sup>18</sup> Rizma Fauziyah, Noor Shodiq Askandar, and Junaidi Junaidi, “Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang),” *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no. 1 (2022).

<sup>19</sup> Christine Natalia Chandra and Wulan Purnama Sari, “Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID),” *Prologia* 5, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10116>.

pengetahuan teoretis tetapi juga keterampilan praktis yang berguna untuk masa depan mereka. Program ini berhasil mencetak santri yang tidak hanya berpengetahuan agama tetapi juga memiliki jiwa Entrepreneur yang tangguh, siap menghadapi tantangan ekonomi masa depan dengan kreativitas dan inovasi. Dengan keberhasilan ini, Pondok Pesantren Sidogiri telah memberikan kontribusi nyata dalam membangun generasi muda yang mandiri, kreatif, dan berjiwa Entrepreneur.

Dari aspek kemandirian program bazar, santri belajar untuk mengambil inisiatif dan bertanggung jawab atas bisnis mereka. Pengalaman ini membangun rasa percaya diri dan kemampuan untuk membuat keputusan mandiri. Mereka juga belajar pentingnya kerja tim dan kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama. Sedangkan dari aspek entrepreneur santri Santri menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal kreativitas dan inovasi. Secara kreatif santri mengembangkan berbagai strategi pemasaran kreatif, termasuk penggunaan media sosial untuk promosi dan inovasi produk yang menarik bagi pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa program bazar berhasil menumbuhkan jiwa Entrepreneur yang adaptif dan inovatif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terimakasih kepada STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri yang telah bersedia memberi dukungan kepada para dosen untuk mengimplikasikan hasil penelitiannya ke publikasi ke jurnal nasional terakreditasi. Kami juga menyampaikan terimakasih kepada pengelola jurnal al-jadwa yang senantiasa memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat mempublikasikan hasil kajian dan penelitian kami.

## DAFTAR PUSTAKA

Aslihah, Aslihah, and M. Ainul Yaqin. "PENGEMBANGAN SANTRIPRENEUR DI PONDOK PESANTREN FATHUL ULUM JOMBANG." *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i1.2122>.

Atmanti, Hastarini Dwi, Edy Yusuf AG, Evi Yulia Purwanti, and Maal Naylah. "Santripreneur: Menyiapkan Lulusan Pesantren Yang Berjiwa Entrepreneurship Di Pondok Kyai Gading Kabupaten Demak." *Jurnal Pengabdian Aceh* 2, no. 2 (2022): 117–22.

Chandra, Christine Natalia, and Wulan Purnama Sari. "Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement (Studi Pada Akun Instagram LazadaID)." *Prologia* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10116>.

Damanhuri, Ahmad, Endin Mujahidin, and Didin Hafidhuddin. "Inovasi Pengelolaan Pesantren Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Globalisasi." *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2013): 17–37.

Fauziyah, Rizma, Noor Shodiq Askandar, and Junaidi Junaidi. "Analisis Program Opop (One Pesantren One Product) Terhadap Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Melalui Perspektif Islam (Studi Kasus Pondok Modern Al-Rifa'iye 2 Malang)." *El-Aswaq: Islamic Economics and Finance Journal* 3, no. 1 (2022).

Hannan, Abd. "Santripreneurship and Local Wisdom: Economic Creative of Pesantren Miftahul Ulum." *Shirkah: Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2019).

KM, Abdul Aziz, Jajat S Ardiwinata, and Viena Rusmiati Hasanah. "STRATEGIES FOR DEVELOPMENT OF SANTRIPRENEUR EDUCATIONAL MANAGEMENT IN IMPROVING SELF-LIVING CAPACITY." *Jurnal Scientia* 12, no. 02 (2023): 1083–88.

Marzuqi, Ahzab. "Internalisasi Pendidikan Karakter Di Madrasah Diniyah Takmiliyah." *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 7, no. 1 (2022): 61–76.

Moleong, J Lexy. "Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi," 2013, 32–36.

Nadzir, Mohammad. "Membangun Pemberdayaan Ekonomi Di Pesantren." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1 (2015): 37–56.

Noor, Chairil M, and Gartika Rahmasari. "Esensi Perencanaan Bisnis Yang Memadai Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 3 (2018).

Prasetyo, Muhammad Anggung Manumanoso, and Muhammad Al Qadri. "Kewirausahaan Pesantren: Faktor Pendorong Dan Analisis Motivasi Santri." *Didaktika: Jurnal Kependidikan* 12, no. 1 (2023): 43–56.

Robbani, Mochammad Burhanuddin, and Wahyu Eko Pujianto. "Santripreneur: Menumbuhkan Embrio Pendidikan Wirausaha Berbasis Pesantren." *Journal of Science and Education Research* 2, no. 2 (2023): 12–19.

Rudini, Rudini. "Aktualisasi Nilai-Nilai Islam Dalam Pembentukan Karakter Mahasiswa Di Pondok Pesantren Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta." *Tarbawy: Jurnal Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2020): 47–60.

Rusanti, Ega, Nur Halisa Husain, Ainan Radiyah, and Aditya Novri Herlambang. "MODEL PENGEMBANGAN EKONOMI BERBASIS PESANTREN." *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (n.d.): 43–54.

Sa'ida, Lailatus, Nikmatul Izzah, and M Asif nur Fauzi. "Membangun Karakter Entrepreneurship Santri Melalui Pengembangan Potensi Pondok Pesantren Assholah Kajeron." *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 1 (2022): 109–22.

Shohib, Moch. "Society 5.0; Tuntutan Strategi Pendidikan Entrepreneurship Di Pesantren Melalui SOAR Analysis." *Idarotuna: Journal of Administrative Science* 3, no. 2 (2022): 168–86.

Sitompul, Pandapotan, Miska Irani Tarigan, and Elvin Susanto Telaumbanua. "Perencanaan Bisnis Sebagai Kompas Bagi Wirausahawan Pemula." *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)* 5 (2022): 1–10.

Suprapto, Hugo Aries. "Pengaruh Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Terhadap Kemampuan Berwirausaha Di SMK Bhakti Husada." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 5, no. 2 (2019): 19–23.